

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis, maka diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian yang didapat :

1. Hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen terhadap *KUROKOFFEE* yaitu sebagai berikut :

Product:

Produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya.

- Keragaman produk yang ditawarkan (cth: *Latte, Cappucino, Manual Brew*, dll)
- Pilihan variant *beans* (biji kopi) yang ditawarkan.
- Kemenarikan kemasan untuk kopi atau makanan yang dibawa pulang
- Keragaman pilihan makanan cemilan yang ditawarkan

Price:

Besarnya biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan.

- Kesesuaian harga dengan produk dengan kualitas produk
- Kesesuaian harga dengan pelayanan
- Keterjangkauan harga dibandingkan dengan *cafe* lainnya

Place:

Lokasi dimana produk atau jasa tersedia.

- Kemudahan *cafe* ditemukan di peta online (cth : *google maps, waze*, dll)

- Kemudahan dalam menemukan lokasi *cafe*
- Kemudahan untuk mengakses jalan menuju *cafe*

Promotion:

Cara yang dilakukan pihak penyedia produk atau jasa untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

- Frekuensi promosi menggunakan media sosial
- Kemenarikan bentuk promosi di media sosial (discount, buy 1 get 1, dll)
- Kemenarikan diskon pada Event tertentu
- Kemenarikan desain promosi di media sosial

People:

Orang-orang yang berperan dalam pelayanan produk atau jasa.

- Keramahan barista dalam melayani konsumen.
- Kesopanan barista dalam melayani konsumen
- Kemampuan barista ketika menjelaskan mengenai produk yang ditawarkan
- Ketanggapan dalam melayani konsumen.
- Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran.
- Keterampilan barista dalam melayani konsumen pada saat pembuatan kopi.
- Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran
- Kecepatan kasir dalam melayani proses pembayaran
- Keramahan kasir dalam melayani proses pembayaran

Process:

Proses yang terjadi antara konsumen dengan pihak penyedia produk atau jasa.

- Kemudahan untuk melakukan pemesanan
- Kecepatan waktu pelayanan barista konsumen memesan hingga disajikan
- Keragaman cara pembayaran (*cash, debit, go-pay, dll*)

Physical Evidence:

Bukti fisik yang dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau jasa.

- Kebersihan *cafe*
- Kebersihan peralatan *cafe* (cth: mesin kopi, *grinder, tamper, dll*)
- Kecukupan penerangan
- Kecukupan meja dan kursi
- Kenyamanan kursi di *cafe*
- Kenyamanan meja di *cafe*
- Kelengkapan fasilitas konsumen (cth: majalah, air minum, dll)
- Ketersediaan lahan parkir yang nyaman dan luas
- Keamanan fasilitas parkir untuk konsumen *KUROKOFFEE*
- Kemenarikan desain papan nama *KUROKOFFEE*
- Kesejukan suhu ruangan
- Kemenarikan tingkat komposisi warna ruangan
- Kemenarikan penataan interior

2. Keunggulan dan kelemahan *KUROKOFFEE* dibanding pesaing yaitu sebagai berikut :

➤ Kelebihan

- Kecepatan kasir dalam melayani proses pembayaran
- Keragaman cara pembayaran
- Tentang kemenarikan diskon pada *Event* tertentu
- Kesesuaian harga dengan pelayanan
- Kebersihan peralatan

- Kemudahan untuk melakukan pemesanan
- Kesesuaian dengan kualitas produk
- Kemenarikan penataan interior
- Kemenarikan desain papan nama
- Kecukupan meja dan kursi
- Kecepatan waktu pelayanan barista dari konsumen memesan hingga disajikan
- Keterjangkauan harga dibandingkan dengan cafe lainnya
- Frekuensi promosi menggunakan media sosial
- Keragaman biji kopi yang ditawarkan
- Keramahan kasir dalam proses pembayaran
- Kenyamanan kursi café
- Keragaman produk yang ditawarkan
- Keramahan barista dalam melayani konsumen
- Kelemahan
 - Keterampilan barista saat melayani dan membuat kopi
 - Kesopanan barista dalam melayani konsumen
 - Kemenarikan desain promosi di media sosial
 - Kemenarikan tingkat komposisi warna ruangan
 - Keamanan fasilitas parkir untuk konsumen
 - Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran
 - Kemampuan barista ketika menjelaskan mengenai produk
 - Kemenarikan kemasan untuk menyajikan makanan
 - Kebersihan café
 - Kesejukan suhu ruangan
 - Kemenarikan bentuk promosi di media sosial
 - Kemudahan dalam menemukan café
 - Kecukupan penerangan
 - Kemudahan untuk mengakses jalan menuju café
 - Ketanggapan dalam melayani konsumen

- Ketersediaan lahan parkir yang nyaman dan luas
- Kenyamanan meja café
- Kemudahan cafe ditemukan dipeta online
- Kelengkapan fasilitas konsumen
- Keragaman pilihan makanan cemilan yang ditawarkan

3. Tingkat kinerja *KUROKOFFEE* menurut konsumen yaitu sebagai berikut :

Hampir semua dari atribut sudah baik, hanya perlu dipertahankan bahkan di tingkatkan saja

Atribut yang harus dipertahankan dan ditingkatkan dan menjadi prioritas pertama yaitu :

- Keragaman pilihan makanan cemilan yang ditawarkan
- Kemudahan *cafe* ditemukan di peta online
- Kemudahan dalam menemukan lokasi cafe
- Frekuensi promosi menggunakan media sosial
- Kemenarikan diskon pada event tertentu
- Kemenarikan desain promosi dimedia sosial
- Kecepatan waktu pelayanan barista konsumen memesan hingga disajikan
- Keragaman cara pembayaran
- Kecukupan kursi dan meja

4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap *KUROKOFFEE* yang dapat dikatakan sudah memuaskan, dimana dapat dilihat berdasarkan variabel yang ditanyakan, dibawah ini variabel yang sudah memuaskan konsumen *KUROKOFFEE* :

- Keragaman produk yang ditawarkan
- Keragaman biji kopi yang ditawarkan
- Kesesuaian harga dengan pelayanan

- Keterjangkauan harga dibandingkan dengan cafe lainnya
- Kemenarikan bentuk promosi di media sosial (discount, buy 1 get 1, dll)
- Keramahan barista dalam melayani konsumen
- Kesopanan barista dalam melayani konsumen
- Keterampilan barista dalam menalayani konsumen pada saat pembuatan kopi.
- Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran
- Kecepatan kasir dalam melayani proses pembayaran
- Keramahan kasir dalam melayani proses pembayaran
- Frekuensi promosi pada *event* tertentu
- Kemudahan untuk melakukan pemesanan
- Kebersihan peralatan (cth: mesin kopi, grinder, tamper, dll)
- Kenyamanan meja café
- Ketersediaan lahan parkir yang nyaman dan luas
- Keamanan fasilitas parkir untuk konsumen Kurokoffee

5. *Segmentation, Targetting, dan Positioning* dari *KUROKOFFEE* yang seharusnya dilakukan yaitu sebagai berikut :

- ✓ ***Segmentation***
 - Segmentasi Demografis yaitu usia, pekerjaan, uang saku dan pendapatan.
 - Segmentasi Psikografis yaitu pengeluaran perorang, tujuan datang ke *KUROKOFFEE*, periode kunjungan.
- ✓ ***Targeting***
 - Usia 20-34 tahun sebesar 54%
 - Usia 17-19 tahun sebesar 23%
 - Pelajar/ Mahasiswa sebesar 32%
 - Pegawai Swasta sebesar 21%
 - Ibu rumah tangga sebesar 21%
 - Tempat tinggal didaerah Bandung Barat sebesar 58%

- Tempat tinggal di daerah Bandung Tengah sebesar 23%
 - Uang saku < Rp 1.000.000 sebesar 81%
 - Pendapatan Rp 3.500.000 < pendapatan ≤ Rp 5.000.000 sebesar 38%
 - Pendapatan < Rp 3.500.000 sebesar 35%
 - Tujuan datang menikmati kopi sebesar 34%
 - Sumber Informasi dalam mengetahui keberadaan *KUROKOFFEE* dari teman/keluarga sebesar 54%
 - Sumber Informasi dalam mengetahui keberadaan *KUROKOFFEE* dari media sosial sebesar 33%
 - Pertimbangan dalam memilih *KUROKOFFEE* karena lainnya sebesar 63%
 - Pertimbangan dalam memilih *KUROKOFFEE* karena suasana/kenyamanan sebesar 37%
 - Periode Kunjungan yaitu hari kerja (senin – jumat) sebesar 79%
 - Kebiasaan mengunjungi *KUROKOFFEE* bersama teman sebesar 32%
 - Kebiasaan mengunjungi *KUROKOFFEE* bersama keluarga sebesar 27%
 - Kebiasaan mengunjungi *KUROKOFFEE* sendirian sebesar 21%
 - Berapa orang mengunjungi *KUROKOFFEE* sebanyak 1 orang sebesar 39%
 - Kebiasaan mengunjungi *KUROKOFFEE* sendirian sebesar 27%
 - Kebiasaan mengunjungi *KUROKOFFEE* sebanyak 2 orang 27%
 - Media sosial *instagram* yang sering digunakan sebesar 73%
 - Media elektronik radio yang sering digunakan sebesar 63%
- ✓ **Positioning**
KUROKOFFEE memosisikan dirinya sebagai sebuah *coffeeshop* yang dapat mengerti kebutuhan masyarakat yang menyukai kopi atau ingin

mencoba mengkonsumsi kopi ketika konsumen membutuhkan kopi dalam menjalani dan menunjang aktivitas kehidupan sehari – hari atau sekedar minum kopi sambil nongkrong dengan cara melakukan pendekatan dengan calon konsumen dengan memberikan informasi dan edukasi mengenai produk dan keadaan didalam *KUROKOFFEE*. Diharapkan hal tersebut dapat melampaui ekspektasi *KUROKOFFEE* untuk kepercayaan konsumen dalam memilih *coffeeshop*. Oleh karena itu *KUROKOFFEE* dapat memposisikan keragaman produk yang ditawarkan berdasarkan hasil CA yang unggul dibanding pesaing, hasil IPA yang di dapat dalam kuesioner, contohnya seperti jumlah penghasilan konsumen yang didapat di dalam segmentasi disesuaikan dengan harga produk (*Price*) di *KUROKOFFEE* yang berada di kuadran 2 IPA dan juga memposisikan dengan *targeting KUROKOFFEE* seperti contohnya hal – hal yang berada dalam keragaman produk yang ditawarkan *KUROKOFFEE* yang baik dan yang menjadi suatu hal yang akan selalu diingat konsumen dan akan menjadi kepuasan konsumen (hipotesis) yang mewakili variabel – variabel yang berada dalam kuadran 2, dimana memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dalam *Importance Performance Analysis* yang harus selalu ditingkatkan dan dipertahankan. Contohnya, Dalam kuesioner IPA yang menunjukkan usia konsumen dari 20 tahun sampai 34 tahun dan 17 tahun sampai 19 tahun yang tergolong tinggi dan potensial uang saku konsumen pelajar/ mahasiswa sebesar dibawah Rp 1.000.000,00 dan pendapatan yang konsumen bukan pelajar/mahasiswa sebesar dibawah Rp.3.500.000,00 dan juga dari Rp 3.500.000 sampai dengan Rp.5.000.000,00 yang tergolong tinggi dan potensial dan dalam variabel yang dipentingkan konsumen seperti halnya harga yang sesuai dengan produk dan pelayanan (Variabel 5, Variabel 6 dan Variabel 7), maka penulis memberikan contoh usulan pemberian slogan seperti **“Coffeeshop Tongkrongan Anak Muda Dengan Harga Yang Sesuai”**.

6. Strategi perbaikan yang harus dilakukan *KUROKOFFEE* untuk meningkatkan pendapatan.

Menurut hasil pengolahan data strategi perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak *KUROKOFFEE* Merdeka adalah :

- Manajer *KUROKOFFEE* lebih menegaskan kepada karyawannya untuk memperhatikan kinerja pada saat melayani konsumen atau karyawan yang di perkerjakan diberikan pelatihan lebih lagi hingga benar – benar menguasai bagaimana cara atau SOP pembuatan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen.
- manajer lebih menekankan kepada disiplin kerja kepada karyawannya dan karyawan yang di perkerjakan diberikan hukuman apabila tidak disiplin saat melakukan tugasnya. Membuat desain promosi di media sosial yang lebih menarik atau membayar pekerja di bidang *management social media* agar dapat menarik perhatian konsumen ketika melihat desain promosi di media sosial.
- Membuat desain promosi di media sosial yang lebih menarik atau membayar pekerja di bidang *management social media* agar dapat menarik perhatian konsumen ketika melihat desain promosi di media sosial.
- Melakukan cat ulang atau mengaplikasikan gambar mural terhadap beberapa dinding atau menambah interior yang akan menambah warna didalam ruangan dan mempercantik ruangan.
- Menambah pekerja untuk menjaga lapangan parkir
- Melakukan pelatihan kepada karyawan agar tidak ada keteledoran saat melayani proses pembayaran
- Memberikan pelatihan kepada barista agar kemampuan ketika menjelaskan mengenai produk yang ditawarkan lebih baik lagi
- Membuat kemasan yang menarik ketika menyajikan makanan/ minuman

- Lebih fokus terhadap kebersihan café
- Membuat pembatas seperti pintu dari kaca, agar fungsi AC dapat digunakan dengan sebaik- baiknya
- Membuat bentuk promosi yang menarik di media sosial
- Mengaplikasikan lampu warna warni pada ruangan *outdoor*
- Menambahkan pencahayaan pada titik yang dirasa kurang terang
- Memberikan pelatihan agar barista lebih tanggap saat melayani konsumen
- Menambah meja yang dapat digunakan untuk mengerjakan tugas/ sesuai dengan kebutuhan konsumen
- Menampilkan gambar letak cafe di *platform* pencarian di peta online
- Menambah kebutuhan – kebutuhan fasilitas untuk konsumen
- Menjaga kualitas dan kuantitas dari makanan cemilan yang ditawarkan

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *KUROKOFFEE* untuk dapat mencapai target penjualan dan memenangkan persaingan, serta saran untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Mengutamakan variabel yang belum puas menurut pandangan konsumen saat penulis selanjutnya melanjutkan penelitian ini
- Sebaiknya melakukan penelitian menggunakan SWOT dan menggunakan perusahaan utamanya.
- Memperhatikan pesaing, agar tidak kalah unggul dan dapat meningkatkan kepuasan kerja yang akan dirasakan oleh konsumen sehingga *KUROKOFFEE* dapat meningkatkan konsumen setiap tahunnya.